

**PENGARUH SENSASI DAN REPETISI IKLAN TERHADAP  
EFEKTIVITAS IKLAN MEDIA TELEVISI**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

**ELFINA PUTRI FAJ'RI**

**B 100 100 272**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2014**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

**Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :  
PENGARUH SENSASI DAN REPETISI IKLAN TERHADAP  
EFEKTIVITAS IKLAN MEDIA TELEVISI.**

**Yang disusun oleh :  
ELFINA PUTRI FAJ'RI  
B100100272**

**Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi  
syarat untuk diterima**

**Surakarta, 19 Juli 2014**

**Pembimbing Utama**



**(Basworo Diby,SE,M.Si)**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



**(Dr. Triyono, SE, M.Si)**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**


Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ELFINA PUTRI FAJ'RI**  
NIRM : **10.6.106.0201416.500272**  
Jurusan : **MANAJEMEN**  
Judul Skripsi : **PENGARUH SENSASI DAN REPETISI**  
: **IKLAN TERHADAP EFEKTIVITAS**  
: **IKLAN MEDIA TELEVISI**  
:  
:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **20 Juli 2014**

Yang membuat pernyataan,

  
**ELFINA PUTRI FAJ'RI**

# PENGARUH SENSASI DAN REPETISI IKLAN TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN MEDIA TELEVISI

Oleh:  
**Elfina Putri Faj'ri**

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sensasi dan repetisi iklan secara bersama-sama terhadap efektivitas iklan media televisi. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penelitian di masa mendatang yang meneliti mengenai sensasi iklan dan repetisinya dan memberikan kontribusi bagi para praktisi iklan di media televisi dan audio visual lainnya.

Penelitian ini menggunakan desain survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Surakarta. Sampel dalam penelitian ini diambil secara menyeluruh berjumlah 150 masyarakat Kota Surakarta dan yang memenuhi syarat digunakannya sebesar 100 responden sebagai sampel penelitian dengan *purposive sampling* dan *convenience sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Adapun analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengaruh sensasi iklan ( $X_1$ ) terhadap efektivitas iklan media televisi diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,716. Oleh karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $5,716 > 1,985$ ) dengan probabilitas  $0,000 < 0,05$ ; maka  **$H_0$  ditolak**, yang berarti bahwa sensasi iklan berpengaruh signifikan terhadap efektivitas iklan media televisi. Pengaruh repetisi iklan ( $X_2$ ) terhadap efektivitas iklan media televisi diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,803. Oleh karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,803 > 1,985$ ) dengan probabilitas  $0,000 < 0,05$ ; maka  **$H_0$  ditolak**, yang berarti bahwa repetisi iklan berpengaruh signifikan terhadap efektivitas iklan media televisi. Berdasarkan hasil analisis uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $95,203 > 3,07$  dengan probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  **$H_0$  ditolak**, hal ini berarti bahwa sensasi dan repetisi iklan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap efektivitas iklan media televisi.

Kata kunci: sensasi iklan, repetisi, efektivitas iklan



## MOTTO

مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ

*"Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah "*

*(H.R. Jirmidzi)*

يُحِبُّ اللَّهُ الْعَامِلَ إِذَا عَمِلَ أَنْ تَحْسِنَ. رواه الطز ان نى

*"Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik".*

*(H.R. Thabrani )*

*"Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"*

*"Man Jadda Wa jadda"*

*(Barangsiapa sungguh-sungguh, ia akan mendapatkan yang ia inginkan/cita-citakan).*

*"Bukanlah hidup kalau tidak ada masalah, bukanlah sukses kalau tidak melalui rintangan, bukanlah menang kalau tidak dengan pertarungan, bukanlah lulus kalau tidak ada ujian, dan bukanlah berhasil kalau tidak berusaha."*

*"If you want something you've never had, you must be willing to do something you've never done. Success is a journey, not a destination."*

## PERSEMBAHAN

*Tiap helaan nafas, curahan hati dan goresan pena penulis sehingga terselesaikannya karya ini, penulis persembahkan kepada :*

❖ *Special to Allah SWT*

*Yang telah meridhokan karya ini untuk terselesaikan dan terima kasih atas semua karuniaMU.*

❖ *Teruntuk Mamaku Tercinta*

*Yang tak pernah berhenti untuk selalu memberi nasehat, semangat, dukungan, dan doa untukku sehingga saya mampu menjalani semua ini.*

❖ *Teruntuk Papaku Tercinta*

*Yang selalu mendidik saya dengan pengetahuan agama. Mengajarkan saya cara bekerja keras, dan disiplin dalam beribadah. Sehingga saya memahami arti kehidupan baik di dunia maupun di akhirat.*

❖ *My dearest brothers Aditya, Muhammad dan Mujahid*

*Yang selalu menghibur di kala suka dan duka. Terima kasih kesayangan-kesayanganku. I Love u all...*

❖ *Teruntuk keluarga besarku dan saudara-saudaraku*

*Ini hasil karyaku terima kasih atas dukungan dan semangatnya dari kalian semua.*

❖ *Teruntuk teman-teman dan sahabat-sahabatku*

*Yang telah memberi bantuan dan dorongan semangat.*

❖ *Teruntuk dosen-dosen Pembimbing, serta Bapak-bapak dan Ibu-ibu dosen Fakultas Ekonomi UMS.*

*Yang memberikan bimbingan dan pengetahuan hingga selesainya skripsi ini.*

❖ *Teruntuk Almamaterku tercinta.*

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikumWr.Wb

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya dan karunia yang telah dilimpahkan penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan skripsi ini guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Adapun judul Skripsi yang penulis susun adalah: **“PENGARUH SENSASI DAN REPETISI IKLAN TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN MEDIA TELEVISI”**.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan penulis dalam pengumpulan data, waktu dan pengalaman. Penyusun banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga terselesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan SE, M.Si, selaku ketua Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Basworo Dibyo, SE, M.Si, selaku pembimbing utama yang telah memberikan saran, kritik, bantuan, dan arahan selama saya menyusun dan

menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas waktu dan pikiran yang telah diberikan untuk membimbing saya.

4. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, terima kasih atas dukungannya.
5. Orang tua yang sangat banyak memberikan bantuan moril, material, arahan, dan selalu mendoakan keberhasilan dan keselamatan selama menempuh pendidikan.
6. Sahabatku FH yang selalu mendengarkan cerita dan keluh kesah saya, terima kasih tidak pernah jera untuk memberikan motivasi dan nasehatnya kepada saya hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Teman-teman Manajemen UMS'10 dan IKASOL'10 terima kasih atas kenangan dan kebersamaan yang indah selama ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, perusahaan dan semua pihak yang memerlukan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 19 Juli 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I      PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Penulisan Skripsi .....	11
<b>BAB II      TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori.....	12
1. Iklan .....	12
2. Iklan Televisi.....	14
3. Sensasi Iklan .....	16

	4. Repetisi (Pengulangan Iklan) .....	18
	B. Penelitian Terdahulu .....	21
	C. Kerangka Pemikiran .....	22
	D. Perumusan Hipotesis .....	24
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
	A. Jenis Penelitian.....	28
	B. Populasi, Sampel, dan Teknik sampling .....	28
	1. Populasi .....	28
	2. Sampel.....	28
	3. Teknik sampling.....	29
	C. Datadan Sumber Data .....	29
	1. Data Primer .....	29
	2. Data Sekunder .....	30
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
	E. Definisi Operasional Variabel.....	31
	1. Variabel Independen .....	31
	a. Sensasi .....	31
	b. Repetisi.....	32
	2. Variabel Dependen.....	32
	F. Metode Analisis Data .....	33
	1. Pengujian Instrumen Penelitian .....	33
	a. Uji Validitas .....	33
	b. Uji Reliabilitas.....	33



	2. Uji AsumsiKlasik.....	34
	a. Uji Normalitas .....	34
	b. Uji Multikolinieritas .....	35
	c. Uji Heteroskedastisitas .....	35
	d. Uji Autokorelasi .....	36
	3. Pengujian Hipotesis.....	37
	a. Analisis regresi linier berganda.....	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	41
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
	1. Profil wilayah surakarta .....	41
	B. Hasil Penelitian .....	44
	1. Karakteristik Responden .....	44
	a. Jenis Kelamin Responden .....	44
	b. UmurResponden.....	45
	c. Pendidikan Responden .....	45
	2. Pengujian Instrumen Penelitian .....	46
	a. Uji Validitas .....	46
	b. Uji Reliabilitas.....	48
	3. Pengujian Asumsi Klasik .....	49
	a. Uji Normalitas .....	49
	b. Uji Multikolinearitas .....	50
	c. Uji Heteroskedastisitas .....	51
	d. Uji Autokorelasi .....	52

	4. Pengujian Hipotesis.....	53
	a. Regresi Linier Berganda.....	53
	b. Uji t.....	54
	c. Uji F.....	55
	d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
	C. Pembahasan.....	56
BAB V	PENUTUP .....	61
	A. Kesimpulan .....	61
	B. Keterbatasan Penelitian .....	62
	C. Saran .....	62

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Luas Wilayah Jumlah Penduduk, Dan Kepadatan Penduduk Kota Surakarta Menurut Kecamatan Pada Tahun 2010 .....	43
Tabel 4.2	Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.3	Distribusi Umur Responden .....	42
Tabel 4.4	Distribusi Pendidikan Responden.....	45
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Sensasi Iklan ( $X_1$ ) .....	46
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Repetisi Iklan ( $X_2$ ) .....	47
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Efektivitas Iklan Media Televisi (Y).....	47
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Normalitas .....	50
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Multikolinearitas .....	51
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	52
Tabel IV.12	Hasil Pengujian Autokorelasi .....	53
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 4.14	Hasil Uji Ketepatan Parameter Penduga (Uji t) .....	55

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Kerangka Pemikiran .....	22
Gambar 2. Peta Administrasi Kota Surakarta .....	41